

パリにおける市場の空間形態に関する調査報告

鶴田佳子・高木亜紀子・加納由似

A Report on the Field Survey of the Market Place at Paris

Yoshiko TSURUTA, Akiko TAKAGI and Yui KANO

This paper reports on the field survey of 7 market places in Paris in 2004. Analyzing their forms as well as collecting data and making observations, the authors aim to clarify the features of market places. These market places are called 'Marché' in French. Marchés have spaces for open markets and covered market halls. In Marché, the general markets sell a large variety of goods and the special markets sell single items such as flowers in the flower market. As a result of the field survey, the space form of Marché are divided into 4 types, Island, Shopping Street, Plaza and Market Hall, and it was possible to confirm that Marchés constituted a lively part of the commercial area.

Keywords: Marché (マルシェ), Market Place (市場), Open Market (露天市), Field Survey (フィールド調査), Space Configuration (空間形態)

1. はじめに

パリにはマルシェ¹⁾と呼ばれる市場があり、特に露店の並ぶ定期市の数が多い。パリ商工会議所によれば²⁾パリのマルシェの総数は89件、マルシェに関与する業者の数は5500に及ぶ。89件の内訳は一般マルシェ71、専門マルシェ18、一般マルシェのうち屋外に露店の並ぶタイプが58、屋内施設が13となっている。一般マルシェは、それぞれ取り扱う種類は異なるものの、野菜、魚、乳製品といった食料品から花、衣類、家具に至るまで日常生活に関わる様々な商品が幅広く取り扱われているのに対して、専門マルシェは、花だけ、自然食品だけ、といったように限られた商品のみ扱うマルシェを指している。これらはすべてパリ市をはじめとする行政部局や、各組合・協会、C.L.A.Q. (食料品小売業者地方品質管理センター) といった業界の諸団体の協力のもとに開催されている。

1990年から現在に至るまでヨーロッパ、アジア及びイスラーム地域の各都市においてその中心部の空間形態を調査しているが、パリのように都市内の至

る所に露天市が立つというのは特別であろう。ヨーロッパの東の外れ、ヨーロッパ大陸とアジア大陸にまたがるトルコのイスタンブールも同じように各地区でたくさんの露天市が立つ。ただイスタンブールの場合は、ヨーロッパ大陸にありながらオスマン帝国以来イスラーム文化の影響が強く、イスラーム地域の各都市にみられる商業エリア、バザールの存在があるためパリと同列には考えられない。ヨーロッパの他の都市をみると、都市の中心の広場やその周辺に露天市が立つか、あるいは旧市街の周辺部にあたる位置に露店が並ぶ市場広場や常設の市場施設がある場合が多く、大都市になるとスーパーマーケットをはじめとする大型販売店やマルシェとは異なる業態の商業施設の存在が大きい。また、複数の市が立つ都市もあるがパリの数には及ばない³⁾。現在のパリのマルシェは19世紀から20世紀前半に始まったものがほとんどであり、総数89というのはこの1世紀の間に倍増したものである。その数の多さだけでなく、1つ1つのマルシェが時間と空間に制限がありながらも各地区の活気ある空間形成に役立っており、住民の交流の場としても機能している。

業者や消費者の多くは、商品の品質と価格、そこで生まれる人間的なふれあいに魅力を感じてマルシェへのこだわりと愛着を示している。中には自然食品市のように専門マルシェの新たなジャンルを打ち出す試みも数多く行われているが、マルシェの定期利用が住民の間に広く浸透しているとはいえず、客足は不安定であり、経済的な問題も抱えている。しかし、これらの課題を解決し、再活性化させるために様々な活動が提案されている4)。

つまりパリのマルシェは問題を抱えつつも、人対人の営業形態や搬入以外の車が排除された人のための空間であること、また住民、業者、行政等あらゆる方面から再活性化を目指している点で、パリの都市空間を特徴づける着目すべき要素である。本報告では、住民のみならず旅行者でも楽しみを共有できる都市空間としてその空間形態の特徴を探っていく。

2. 調査の概要

(1) 調査対象地：パリ市内のマルシェ

(2) 調査期間：2004年9月12日から9月15日までの4日間

(3) 調査メンバー：

鶴田 佳子(昭和女子大学現代教養学科講師)
高木亜紀子(昭和女子大学生活環境学科助手)
加納 由似(昭和女子大学生活環境学科4年)
渡邊ちひろ(昭和女子大学生活環境学科4年)

(4) 調査日程及び調査対象エリア位置図

1. 9月12日(日) Marché d'Aligre - Marché de St. Quentin - Place des Fêtes
2. 9月13日(月) Marché du Temple - Marché des Enfants Rouges
3. 9月14日(火) Place Jacques Demy - Raspail Bio - Marché Buci - Marché Mouffetard - Passage Choiseul
4. 9月15日(水) Président Wilson - Vincent Auriol - Marché St. Martin - Passage du Marché - Passage du Brady

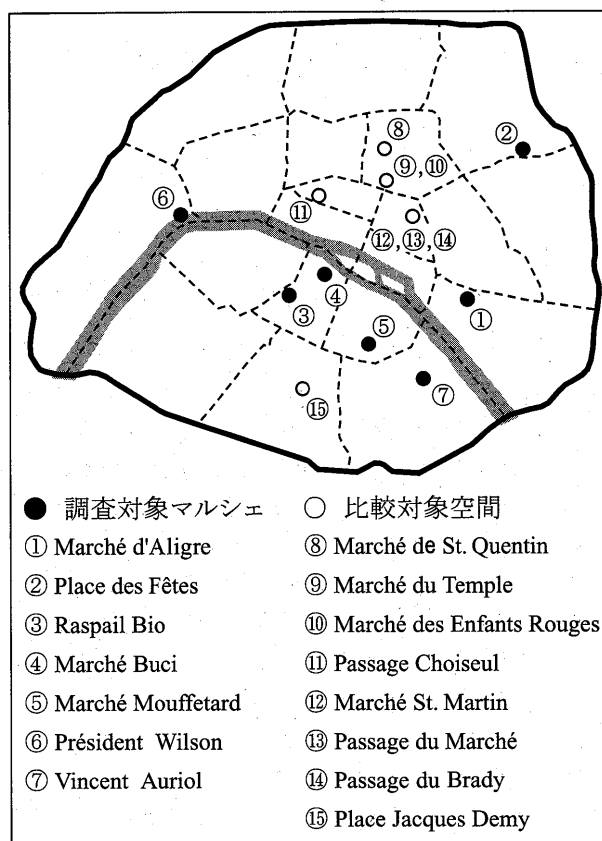


図1. パリ市内 調査対象エリア位置図

(5) 調査内容と方法

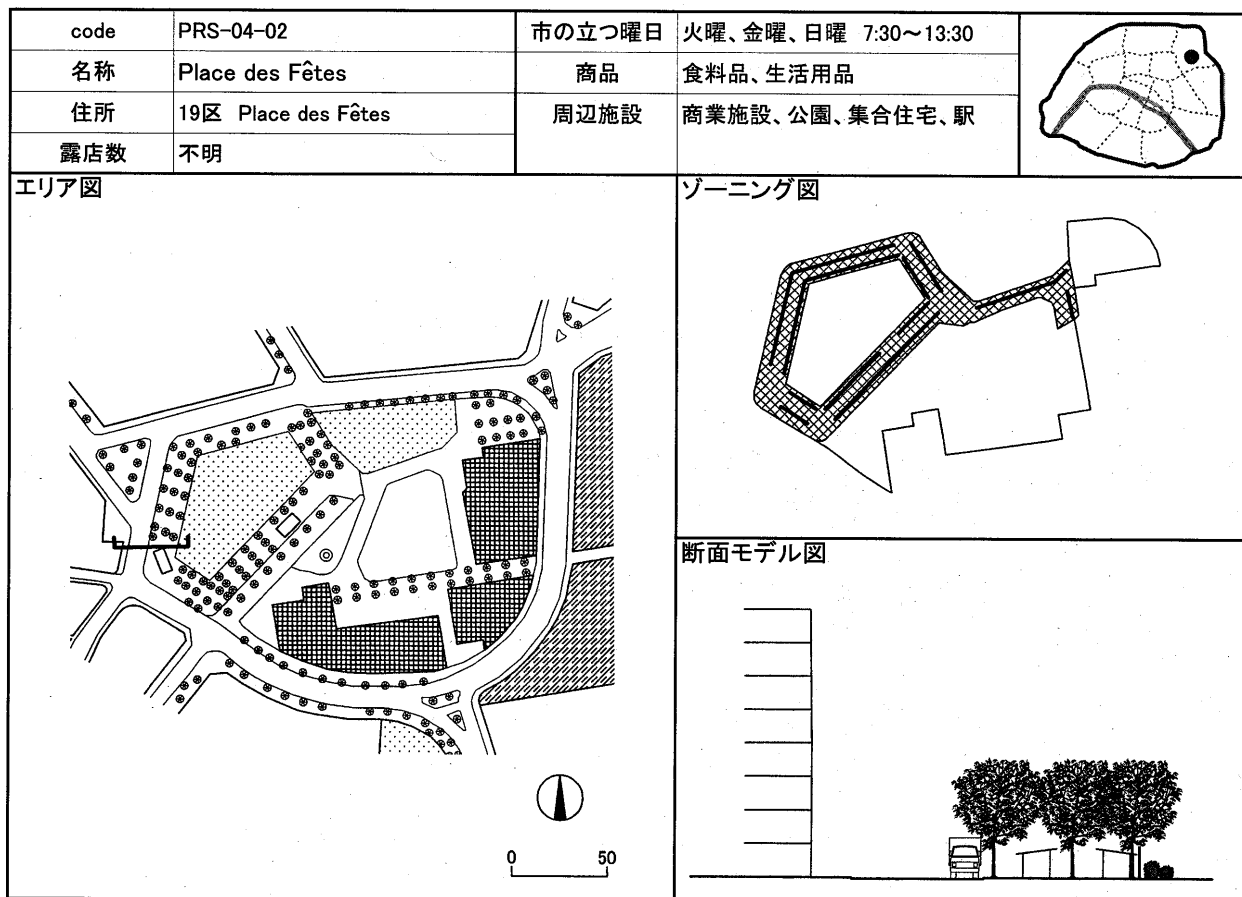
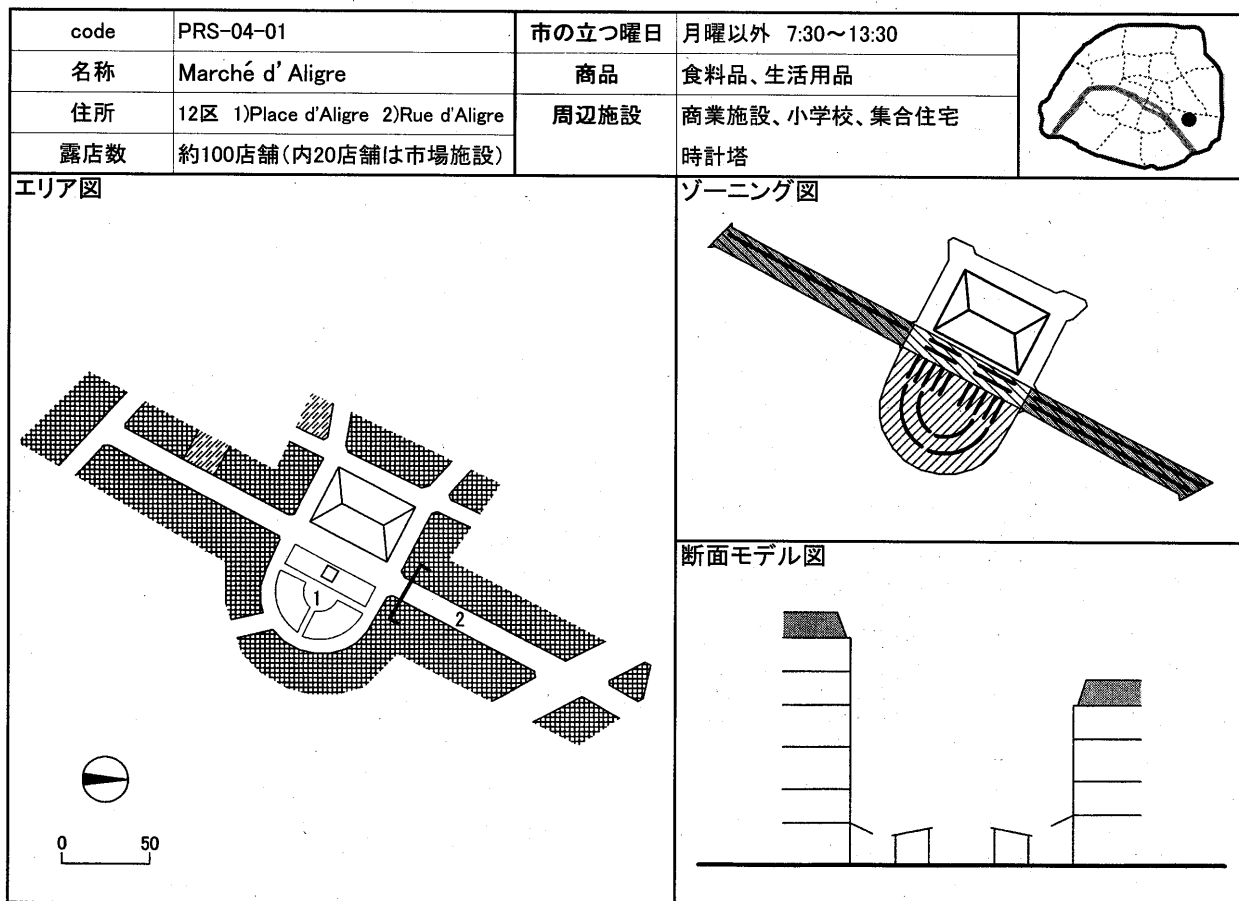
事前に文献資料から調査対象候補エリア5)を選定した。現地では、平面形態・断面形態・規模の測定、ファサードの記録・写真撮影・ヒアリング・関係資料の収集等の作業、都市における位置・名称・機能・周辺建築の種別等の確認により、市場の現状を記録し、データ化を行った。

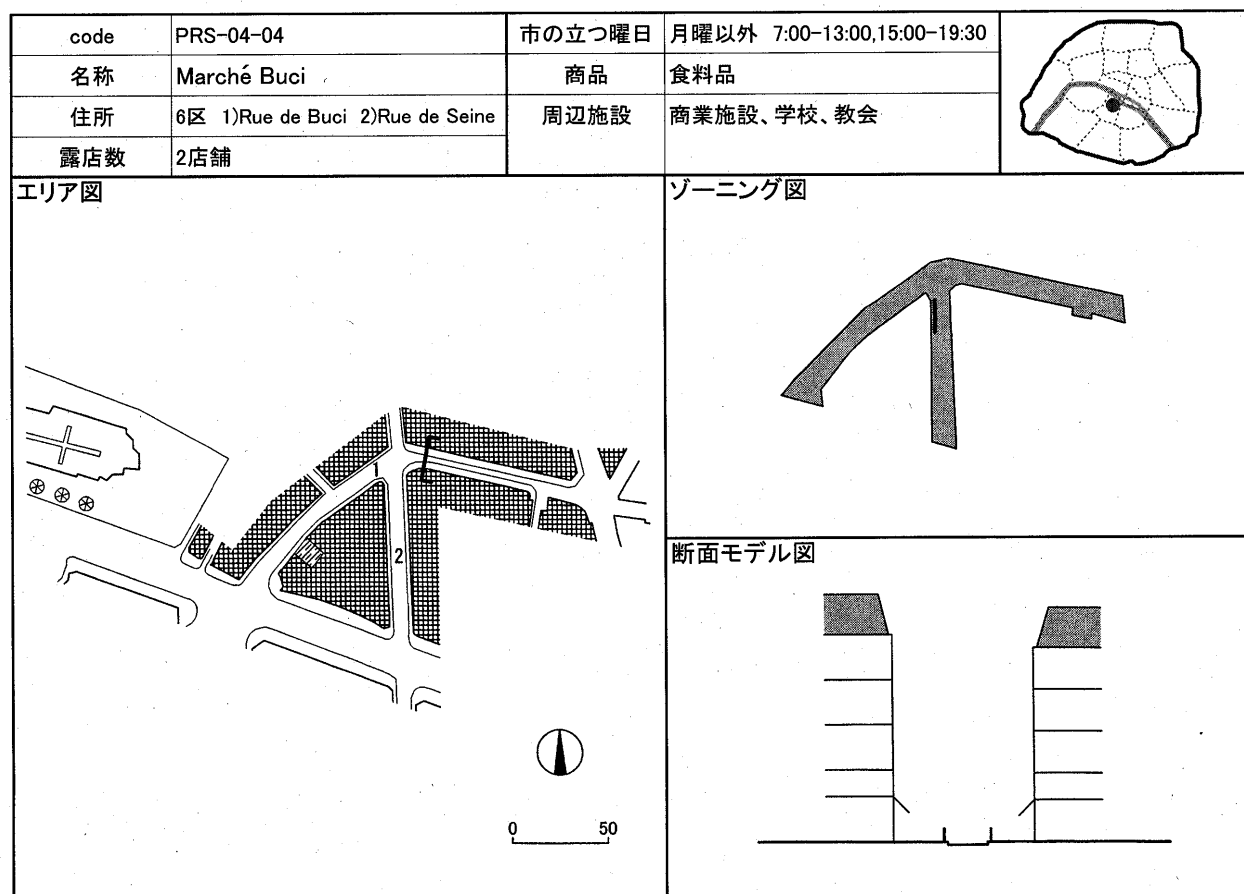
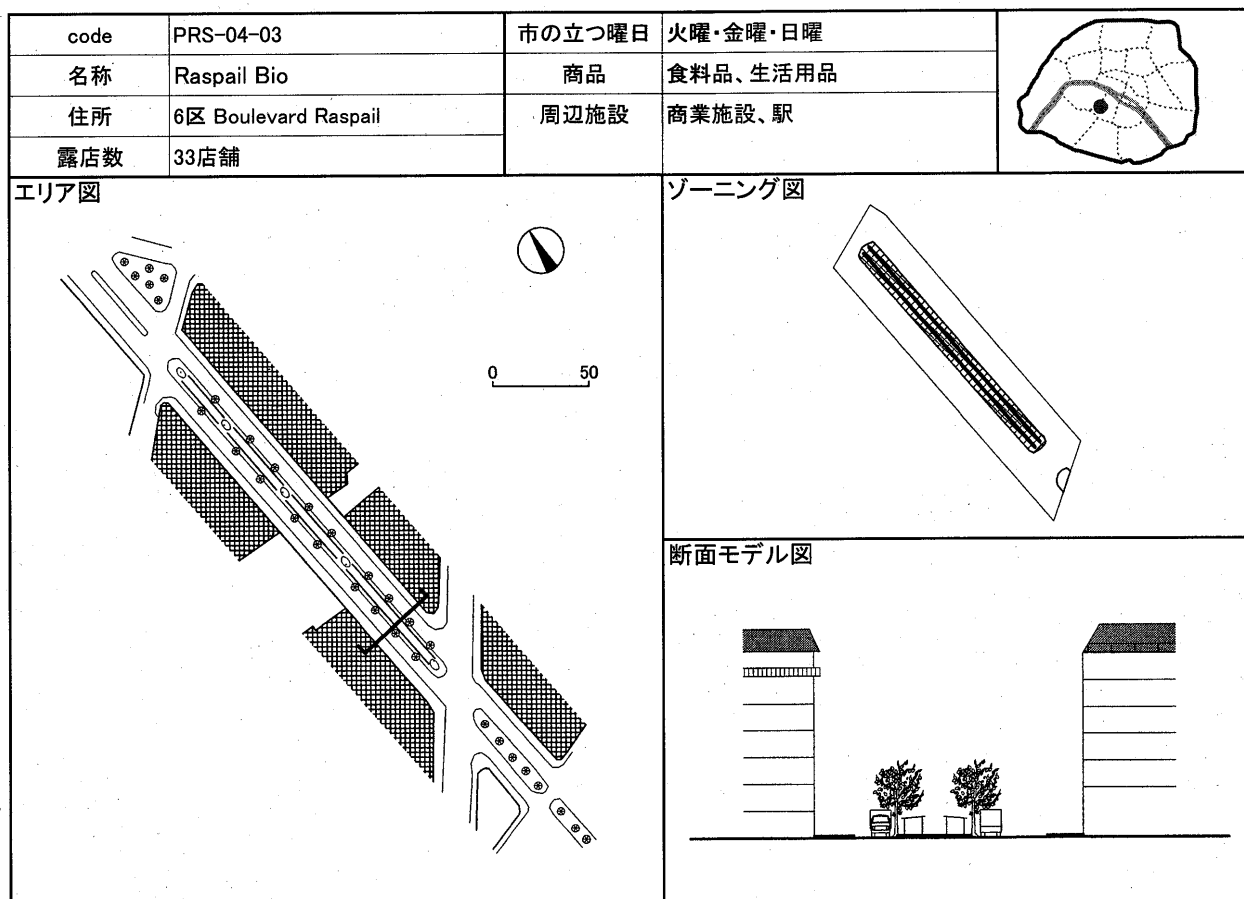
機材はカメラ、距離測定機器、角度測定器、コンベックス、スケッチブック等を使用した。

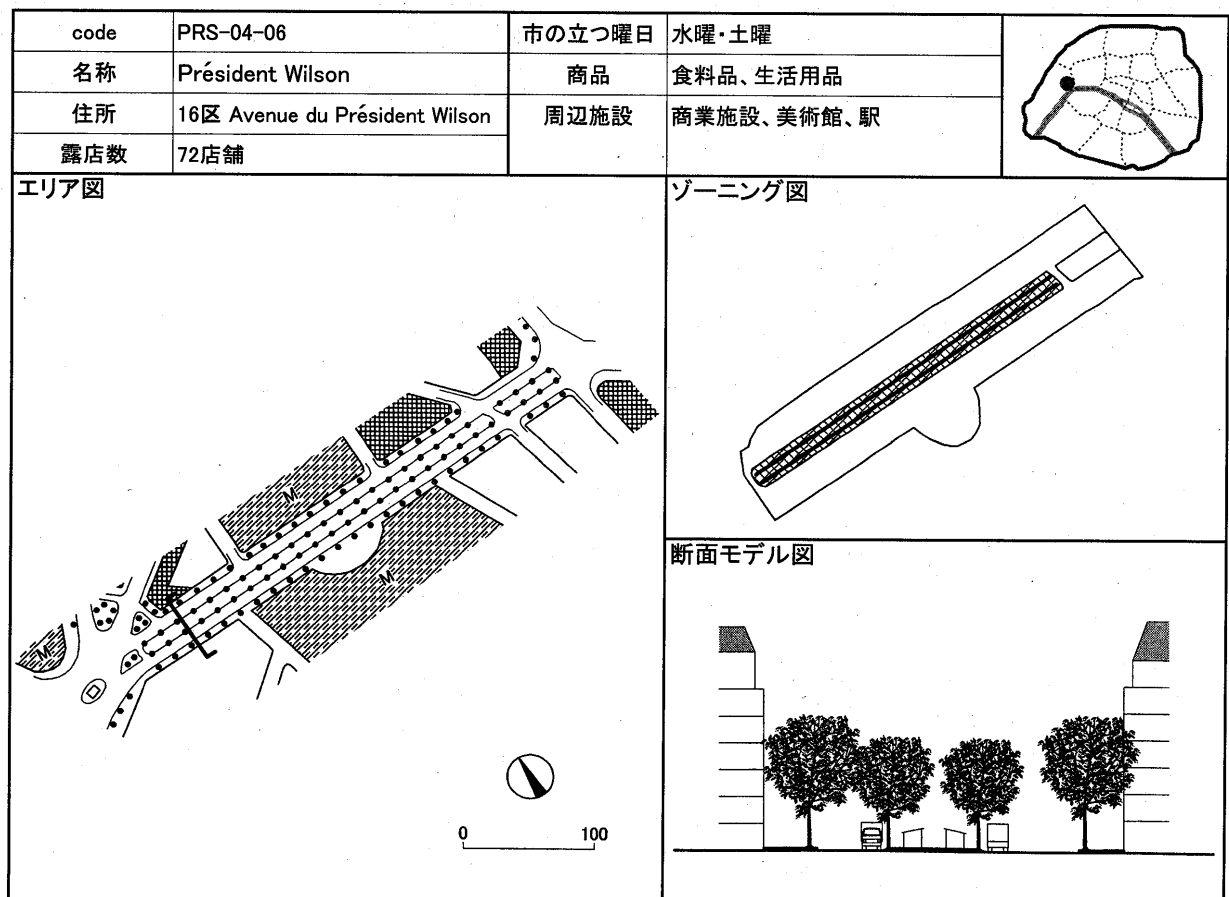
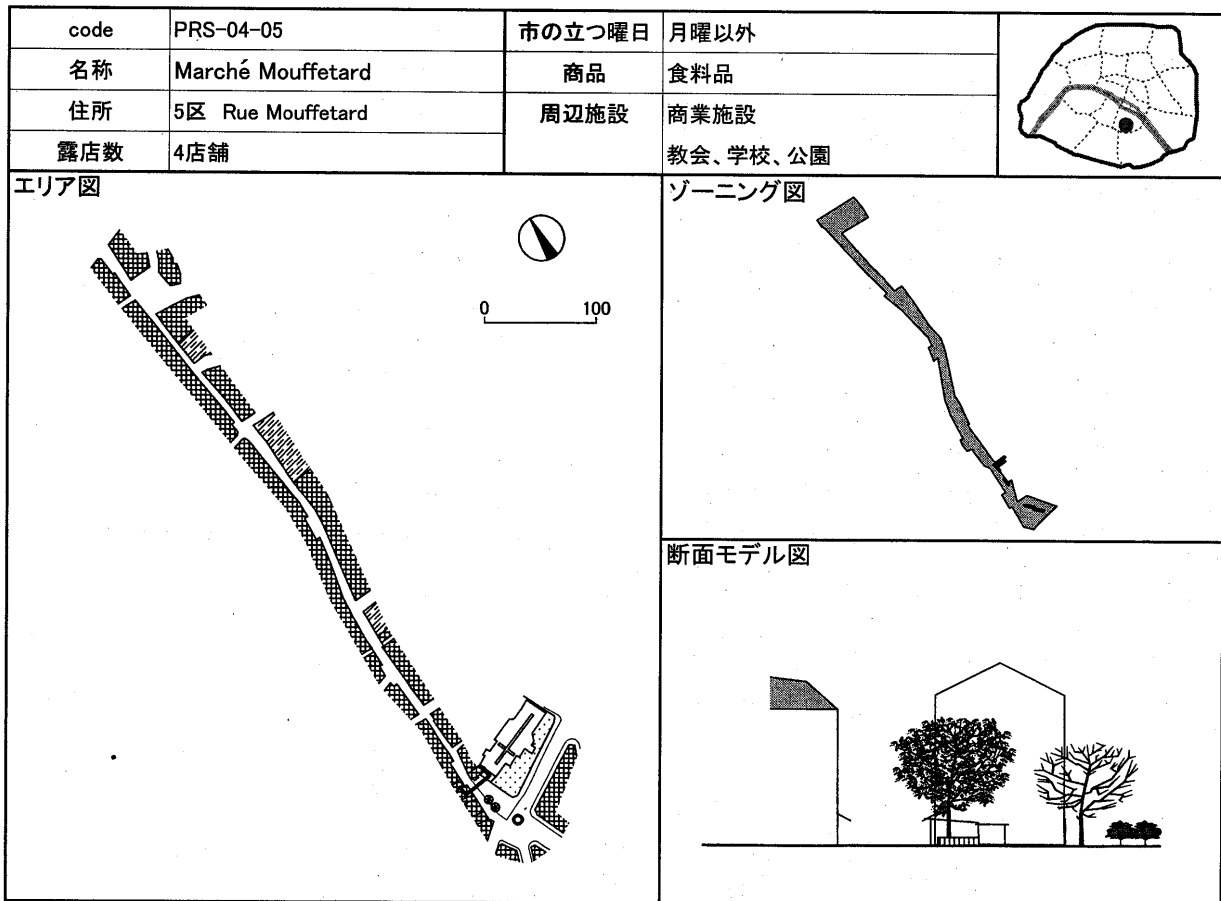
3. 調査報告

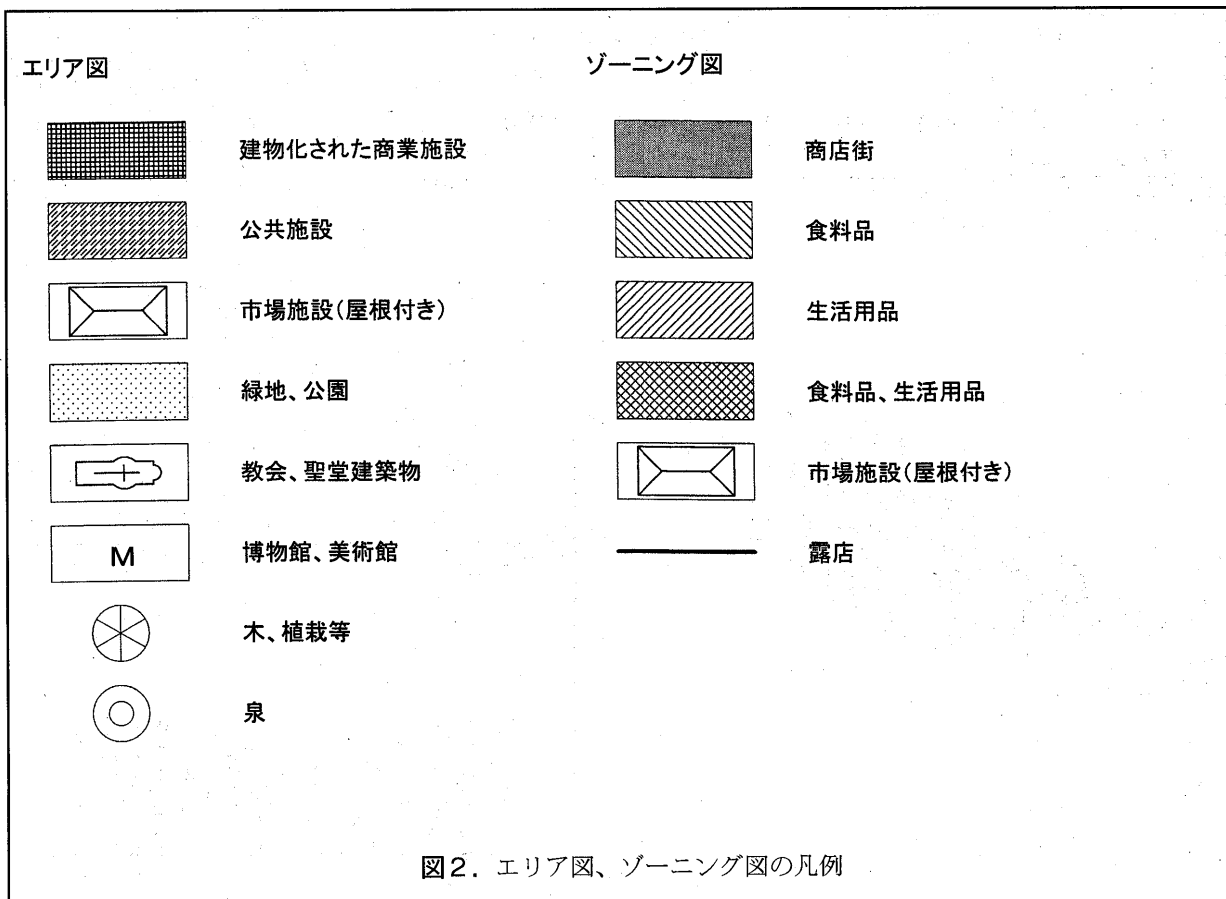
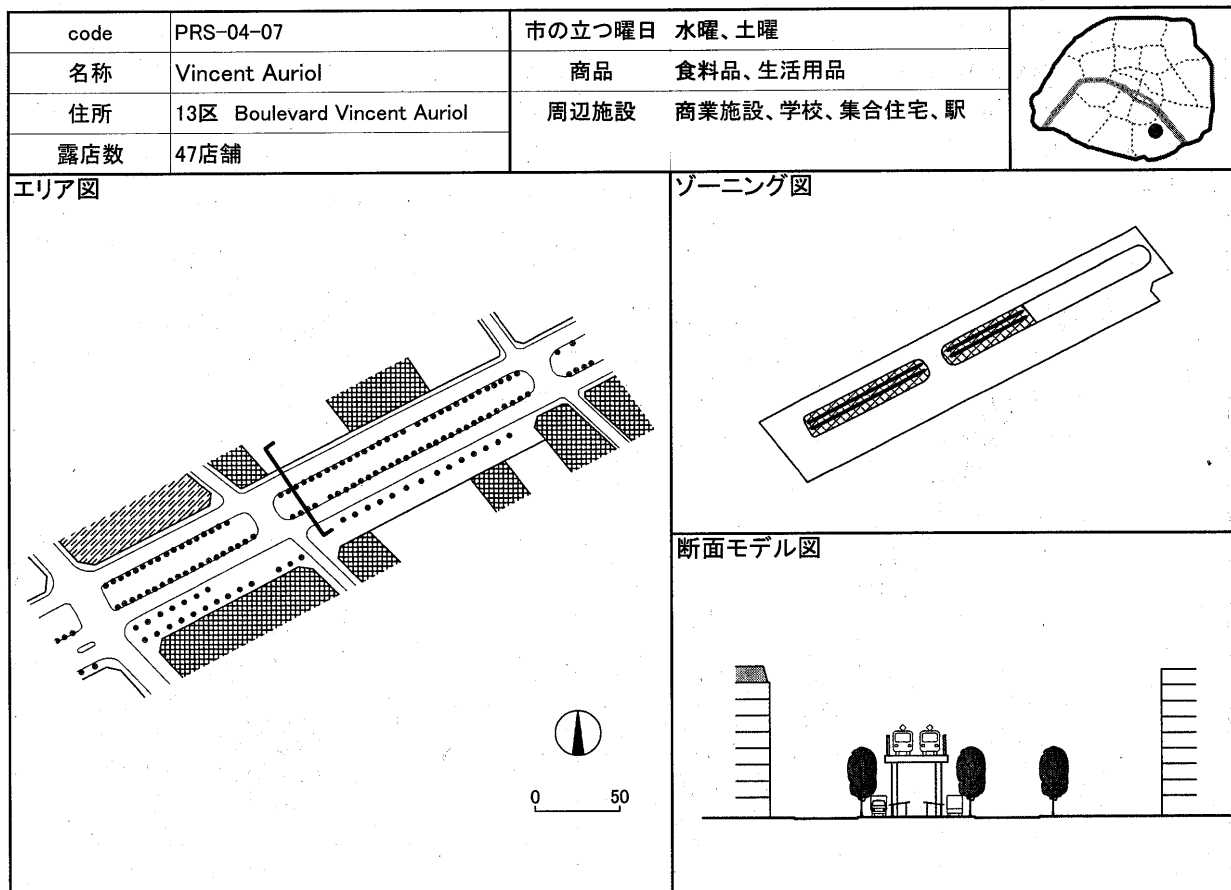
事例別データカード

(1) 事例別データカード (p.47~50参照)









(2) 7 事例の概要

①Marché d'Aligre

(データカードcode: PRS-04-01)

高層マンションに取り囲まれた半円形のAligre広場には、時計台を中心に、古本、古道具、衣類の露店が並び、その正面に常設のBeauvau市場がある。この建物は、1843年に建てられた歴史ある市場施設である。市場施設の中は生鮮食料品を中心とした店舗と倉庫が並ぶ。広場から北と南にのびるAligre通りにも食料品の露店が並び、その両側に軒を連ねる常設の魚屋や肉屋とともに活気をみせる。アラブ諸国をはじめ、国際色豊かな店が並び、パリの中でも最も活気があり、庶民的なマルシェといわれている。市場施設とともに、広場や通りでも月曜以外に市が立ち、特に日曜は賑わいをみせる。



写真1. Beauvau市場とその前に立つ露店

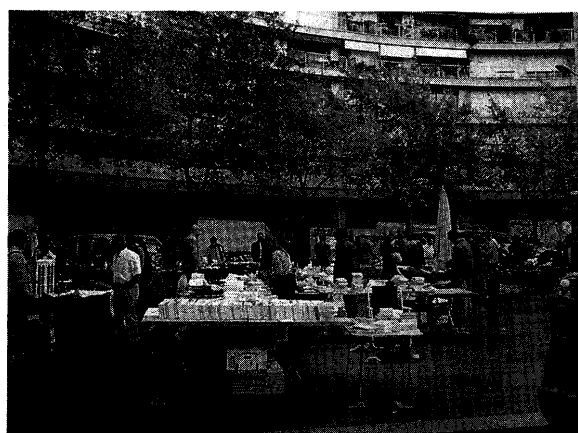


写真2. Aligre広場に並ぶ古本等の露店

②Place des Fêtes

(データカードcode: PRS-04-02)

標高100mを超す丘が連なる高台にある。公園、高層マンションのある一帯がFêtes広場と呼ばれる。露店は公園を取り巻くように並び、高層マンションの足もとの広場までのびている。公園の周りには街路樹が3列植えられ、その間に露店が並ぶ。街路樹が程良い木陰の空間をつくっている。食料品の他、様々な生活用品の店がある。市は火曜、金曜、日曜に立つが、特に日曜は人出が増し多くの買い物客で賑わう。調査を行ったのは日曜であったが、14時近かったため、すでに片付けが始まり、客の数も少なかった。



写真3. 公園の周囲に並ぶ露店

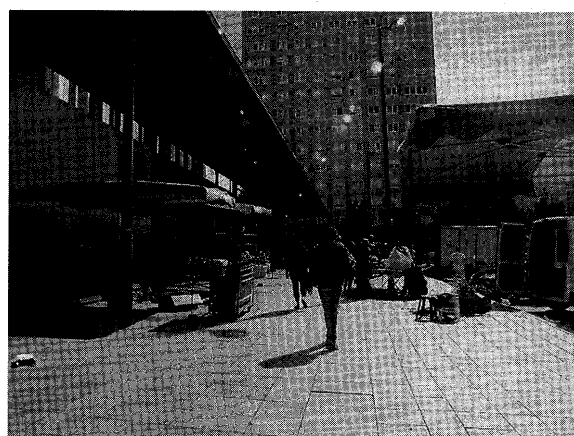


写真4. 高層マンションに囲まれた広場

③Raspail Bio (データカードcode: PRS-04-03)

Marché Bioと呼ばれるオーガニック専門市としてパリ最古であり、規模も最も大きいマルシェである。有機栽培で育てた安全な野菜や果物を中心に、

肉や魚、蜂蜜、オーガニックコットンを使った衣類や天然素材の石鹸等を売る店も多く見られる。露店の立つ範囲は、交通量の多い2つの通りに挟まれた区間であり、大通り（Boulevard⁶） Raspail）の中央がプラタナス並木の緑地帯になっている島のような場所である。露店の配列は、緑地帯の両側に向かい合うようにして2列の形状をとり、往復せずに全ての店舗を回ることができる。マルシェは、ブールヴァールの両端にある歩道や通りに面する施設とは関係をもたず、緑地帯のみで独立している。



写真5. ブールヴァールと市の立つ中央の緑地帯

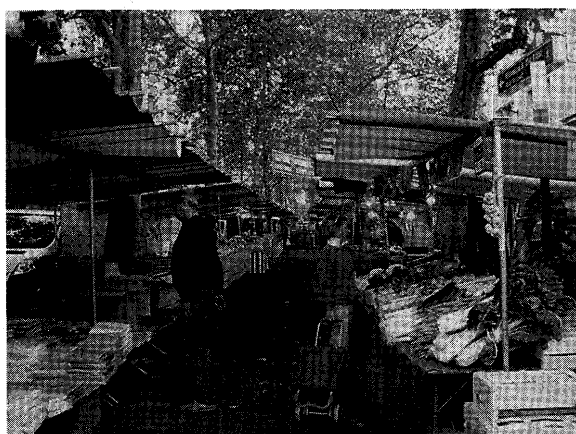


写真6. 有機栽培の野菜等が売られる

④Marché Buci（データカードcode: PRS-04-04）
サン・ジェルマン・デ・プレ教会の南側にある通りから北側へ入り、東へカーブしながらのびる商店街。車道と両側の歩道からなり、中央部分は車両によって空間が分断されるが、道幅が約10mと狭いため、商店街として空間に一体感が感じられる。また、一部車両規制され、歩行者を優先する時間帯もある。

通りの両側には、レストランやカフェのテラスが歩道に張り出して並び、テラスの底がカラフルな彩りを町並みに添えている。カーブするBuci通りとSeine通りの交差するあたりに露店が並ぶ。

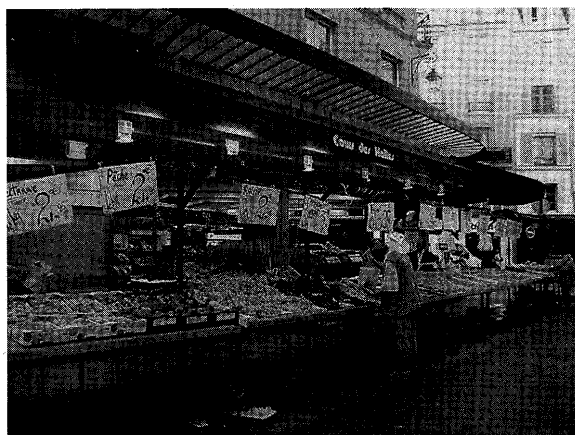


写真7. Seine通りに立つ露店

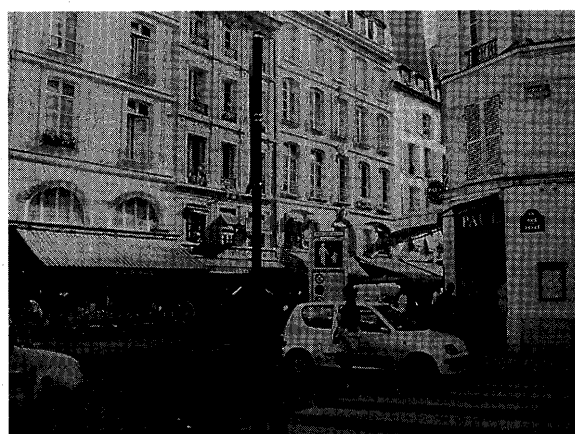


写真8. カフェ等が並ぶBuci通り

⑤Marché Mouffetard

（データカードcode: PRS-04-05）

パンテオンの南東に位置し、南北に貫くMouffetard通りの両側にレストランや八百屋、生活用品店といった種々の商店が連なり商店街となっている。通りは、パンテオンに近い北側のContrescarpe広場から始まり、南下りの緩やかな坂道が、南側の終着点であるSt. Médard教会までつながる。教会の西側は小さな広場となっており、その中央の木の下に2軒の八百屋の露店があり賑わいをみせている。教会南側のSt. Médard広場は、フェンスで囲われた公園であり、通りとは独立した憩いの空間となっている。

ここは住民のための賑やかな商店街として活気を取り戻すため、条例等により保護されており、街路に面する建物には同一形態での再建が義務づけられるものもある。また、車を排除し、歩行者にとって歩きやすい空間が創出されている。

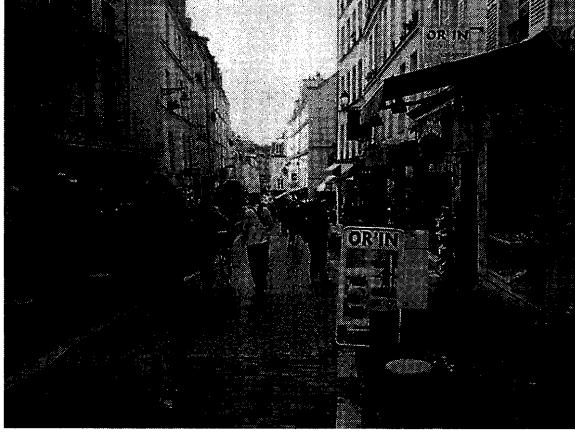


写真9. 様々な商店が並ぶMouffetard通り



写真10. St. Médard教会前の広場に立つ市

⑥Président Wilson

(データカードcode: PRS-04-06)

地下鉄のIéna駅からMarceau通りまで続くPrésident Wilson通りの中央部分の緑地帯に露店が並び、マルシェを形成している。マルシェ周辺にはカフェ等の商業施設があまり見あたらず、交通量の多い通りである。このやや傾斜のある通りの両側に1列ずつ露店が並ぶ。パリの中でも高級住宅街である16区に立つこのマルシェは、周りに美術館があるためか、他のマルシェのように賑やかな印象はなく、静かな様子であった。惣菜が多く売られていることが1つの特徴である。



写真11. Président Wilson通り中央部の緑地帯に露店が並ぶ

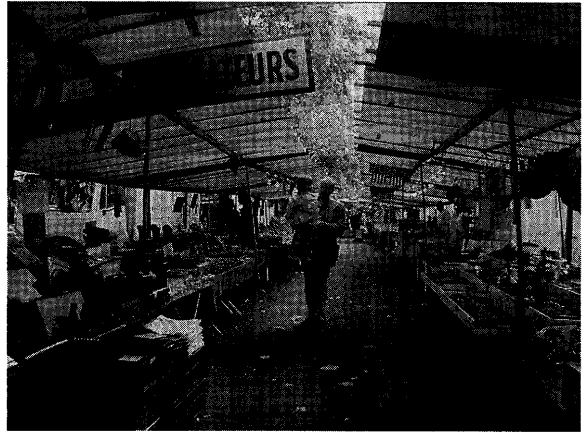


写真12. 露店は中央に向かい合い2列に並ぶ

⑦Vincent Auriol

(データカードcode: PRS-04-07)

地下鉄6号線の高架下に露店が並ぶ珍しい形態のマルシェである。Nationale駅から始まり、次のChevaleret駅の少し手前まで続く。橋脚が高いため、頭上の鉄道の通過はあまり気にならない。橋脚の間の幅約6mの空間に露店が並び、橋脚と街路樹の間は搬入のための車を止めるスペースとなっている。食料品や衣類の他、家具や絨毯等も売られている。露店に屋根をかけず、枠組みだけを立てている店や、枠組みからはみ出して商品を並べる店が多く見られた。通りの両側には学校や集合住宅が並ぶが、マルシェとの関連は持たない。

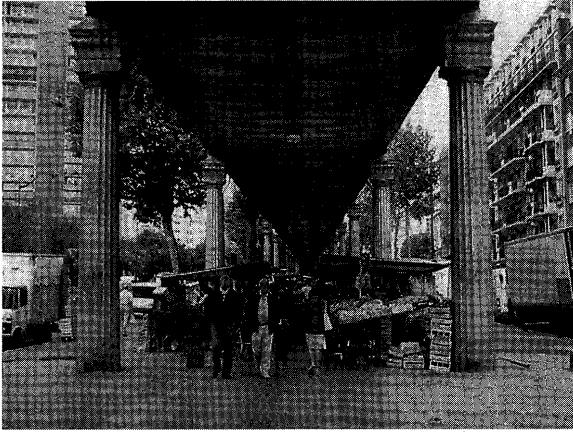


写真13. 高架下に立つ市



写真14. 露店の枠組みからはみ出して置かれた家具

4. マルシェの特徴

7 調査事例ごとにその空間構成をみてきたが、ここで市の立つ場所、周辺施設との関連性など空間の形態的特徴を整理すると下記の4つのタイプ、アイランド型、商店街型、広場型、市場施設型に分かれる。

a. アイランド型

Raspail Bio, Président Wilsonはブールヴァール中央の緩衝地帯となっている島のような場所に露店が並び、周辺の車道、通りの両側の歩道とは関連性を持たずに独立した空間を形成している。Vincent Auriolは鉄道の高架下の空間を利用しており、これもブールヴァールの一部であるが周囲の車道からは切り離された構成となっている。露店の配列は並行する2列に向かい合う形で店が並び、マルシェを利用する客側としては、両側に露店の並ぶ1列の街路空間があることとなる。いずれも大都市ならではの



写真15. ブールヴァールの中央に立つ市
(Président Wilson)

ブールヴァール、鉄道といった交通施設の隙間を有効的に活用しているタイプである。

b. 商店街型

Marché Buci, Marché Mouffetardが該当する。街路に面する商店と街路に立つ露店とが共存している街路一体型である。露店の数は少ないものの、街路に面する商店の陳列台やカフェ等の街路への張り出しによって賑わいを呼んでいる。Buciは車道があるものの車の往来は少なく時間によって規制がなされ、Mouffetardの場合は車を排除しているため、歩行者にとって快適な空間となっている。また、街路の幅も他の事例と比較するとはるかに狭いことから、一体感が感じられる。

マルシェではないが、この街路一体型に似た空間としてパッサージュと呼ばれる施設化された商業空



写真16. 創建当時の面影を伝えるパッサージュ
(Galerie Vivienne)

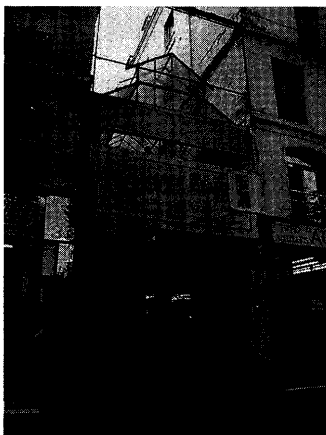


写真17. Passage du Bradyの入口

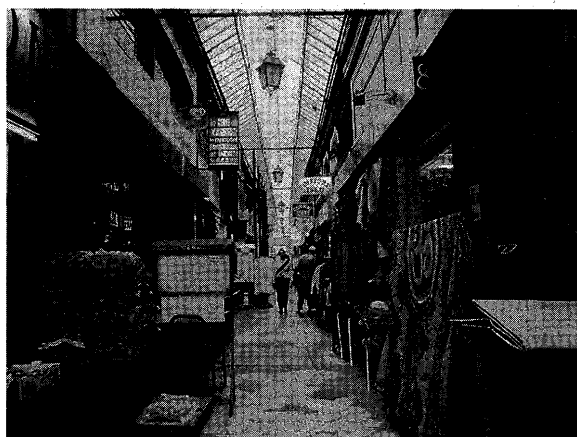


写真18. 店の商品が通りにまで並べられる

間がある。パッサージュは19世紀にパリに多く建造された独特の商店街であり、現在は古本屋やカフェが並び、ガラス屋根、床のモザイク、鉄の照明器具等が、創建当時の面影を伝える（写真16）。Passage du Bradyはパリのインド人街ともいえる、独特な雰囲気のパッサージュである。通りには色鮮やかな商品やカレー屋のテーブル等がせり出して並べられている。商店街型の商店と露店との関係とは異なるが、通りと商店が一体となる空間をつくりだしているという共通点がみられる（写真17, 18）。

c. 広場型

交差点の一角など街角にある広場を利用したマルシェ。Place des Fêtesの場合、公園の周囲と隣接する広場に市が立つ。また、Place Jacques Demyのように住宅街の広場が会場となる場合もある。この2事例は周辺施設との関連性を持たない点から、aのアイランド型の変形とも認識できる。

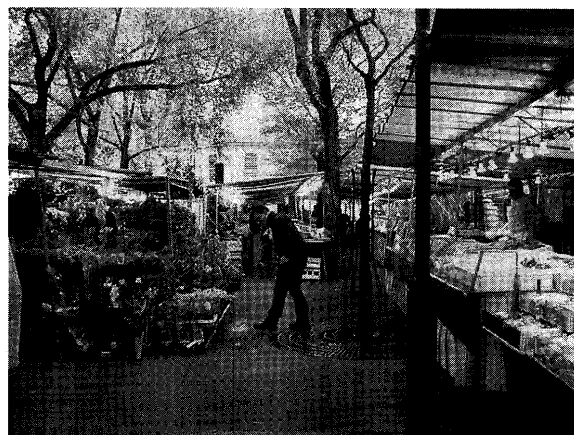


写真19. 住宅街の一角Place Jacques Demyの市

d. 市場施設型

常設の市場施設がマルシェとなっているタイプである。データカードの7事例にはこの施設のみ事例はないが、比較対象空間としてはMarché de St. Quentinがある。写真20, 21に示すように1施設の巨大な空間の中に小さな店舗が軒を連ねる。

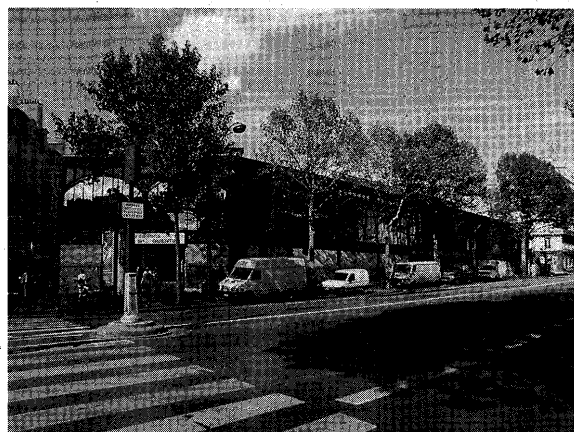


写真20. 外から見たMarché de St. Quentin



写真21. 吹き抜けた空間の中に店舗が並ぶ

常設の市場施設は1860年頃には21施設あったが、現存するのは13施設のみである⁷⁾。しかしその中には建物の半分がスーパーやショッピングモールになっているもの、また、駐車場やテニスコート等として使用されているものも含まれMarché de St. Quentinのように本来のマルシェとして活気を維持しているものは数少ない。Marché du Templeはマルシェとして使用されているのは3分の1ほどで、残りはテニスコートになっている。

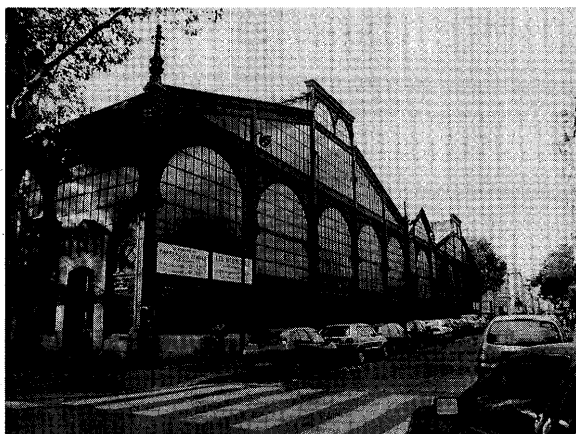


写真22. 巨大なMarché du Templeの外観

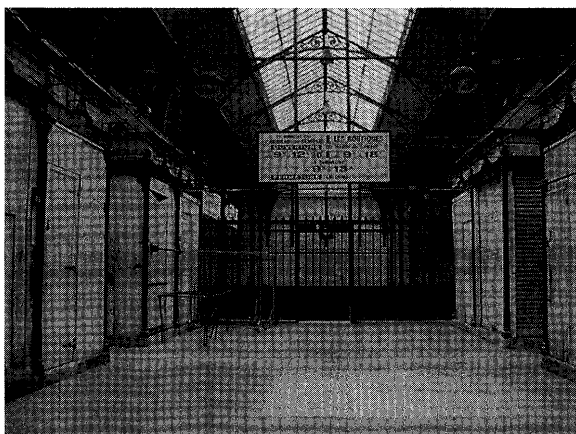


写真23. 手前はマルシェ、奥がテニスコートとなっている

今なお増えつつある屋外型マルシェに比べ、屋内型は衰退している。Marché d'Aligreの場合は、中央の広場と市場施設、その両側にのびる商店街の4ブロックから構成され、上記のb, c, dの3タイプの複合形といえる。商店街部分は、中央の露店と露店の間、両側の商店と露店の間の3列構造となっている。露店の列には所々にスペースがあるため3

列間の行き来が可能で、商店と露店がともに利用されている。さらに広場部分、市場施設が一体となり、活気ある空間が構成されている。



写真24. 商店と露店が共存しているAligre通り

5. まとめ

今回の調査で対象としたマルシェの数は、データカードとして本報告にまとめたものが7件、比較対象として部分的な調査（パッサージュ等も含む）を行ったものが8件である。パリのマルシェの総数89件にはほど遠い数であるが、文献と過去の数回のパリ訪問で目にしていく幾つかのマルシェの様子から、本報告でまとめたアイランド型、商店街型、広場型、市場施設型という空間形態の4つのタイプは、残る未調査のマルシェに関してもほぼ当てはめることのできる空間形態であると推測する。パリの未調査事例と合わせて、パリ周辺をはじめとするフランスの他の都市についてもマルシェの形態を把握し、パリの特徴とフランスのマルシェの概要把握を次なる課題とし、検証を進めてゆきたい。

註

1) Marché (フランス語)。市場は、常設の市場施設から仮設の露店群まで市場ごとに建築や営業の形態は様々であるが、本論文ではこれらの市場を総称してマルシェと呼ぶこととする。

2) パリ商工会議所CCIP (Chambre de Commerce et d'Industrie de Paris) パリ代表部作成のマルシェに関する

る報告書《Au cœur des quartiers, au rythme des saisons, les marchés de Paris (パリのマルシェ, 街中の風物詩)》(2001年10月)による。フランス語からの日本語訳は平岡忠氏によるものである。平岡忠氏にはここで深く謝意を表する。

3) 註2)の報告書によるとフランスの他の主要都市のマルシェの数はリール13, ボルドー16, ストラスブール21である。

4) マルシェの抱えている課題や新たな試み, 活動の提案に関して, 註2)の報告書を参考に記述している。

5) 調査対象候補エリアは, 参考文献007, 008, 009から空間の構成や取り扱う商品などが異なる事例, かつ, 4日間という短い調査期間に調査可能な曜日に開催されているマルシェを選出した。

6) Boulevard (フランス語)。並木のある大通りを意味する。本論文では, ブールヴァールと表記する。

7) 参考文献007『フランスの食卓が見えてくる パリの朝市ガイド』稲葉由紀子著, 文化出版局, 2001年による。

参考文献

001. Urban Development in Western Europe: France and Belgium, E.A. Gutkind, The Free Press, 1970
002. 25 Halles de Marché, Carol Maillard, Moniteur, 2004
003. The covered passages of Paris, Editions du patrimoine, 2004
004. Les Passages Couverts en France, Bertrand Lemoine, Délégation à l'Action Artistique de la Ville de Paris, 1990
005. La France des halles & marchés, Gilles-Henri Bailly他, Privat, 1998
006. Paris Projet No.32-33, Editions de l'Imprimeur, 1998
007. フランスの食卓が見えてくる パリの朝市ガイド, 稲葉由紀子, 文化出版局, 2001
008. 地球の歩き方 パリ&近郊の町, 地球の歩き方編集室, ダイアモンド・ビッグ社, 2003
009. 世界歴史の旅 パリ 建築と都市, 福井憲彦他, 山川出版社, 2003
010. ガイドブックにない パリ案内, 稲葉宏爾, 阪急コミュニケーションズ, 2004

011. 建築巡礼40 パリ広場散策 美しき首都の成り立ち, 元岡展久, 丸善株式会社, 1998
012. ミシュラン・グリーンガイド パリ, フランス ミシュランタイヤ社, 実業之日本社, 1992
013. オーダー・メイドの街づくり, 鳥海基樹, 学芸出版社, 2004
014. <http://www.ccip.fr/>, パリ商工会議所, 2005/02/02 アクセス

(つるた よしこ 現代教養学科)

(たかぎ あきこ 生活環境学科)

(かのう ゆい 生活環境学科卒業生)